

# Perancangan Mobile Game untuk Memperkenalkan Ikon Kuliner Nasional Nusantara

Kireina Aisyah Zameira Medrilzam dan Didit Prasetyo

Departemen Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

e-mail: diditdkv@gmail.com

**Abstrak**—Pada tahun 2018, Kementerian Pariwisata mengerucutkan 30 ikon kuliner yang di canangkan pada tahun 2012, menjadi 5 makanan nasional sebagai lokomotif promosi kuliner Indonesia ke mancanegara. Fenomena berikut merupakan fenomena yang baru dan belum banyak di ketahui oleh masyarakat Indonesia. Perancangan Mobile Game mengenai makanan nasional bertujuan untuk memperkenalkan ke 5 makanan yang sekarang menjadi identitas kuliner Indonesia kepada generasi muda, dari segi cara memasak dan sejarah dari makanan tersebut. Mobile game dengan tema makanan atau masak memasak memiliki pasar yang stabil selama bertahun-tahun, sehingga berpotensi untuk menyampaikan topik yang di angkat kepada target audien secara luas. Perancangan Mobile Game ini di lakukan dengan metode riset antara lain studi eksperimental untuk menentukan gameplay, depth interview dengan praktisi Mobile Game, serta pemerhati kuliner dari Kementerian Pariwisata, prototyping untuk membuat game, serta playtesting pada praktisi Mobile Game serta target audien. Seluruh hasil penelitian akan di rumuskan menjadi konsep desain dan konsep gameplay. Konsep gameplay secara garis besar bertema “know your local cuisine” dimana pemain tidak hanya mengenal apa saja makanan nasional yang di angkat, namun juga mengenal latar belakang cerita dari kuliner tersebut. Di harapkan dengan adanya Mobile Game berikut, ikon kuliner Indonesia dapat lebih di kenal di Indonesia dan di mancanegara.

**Kata Kunci**—Ikon Kuliner, Kuliner, Mobile Game.

## I. PENDAHULUAN

HINGGA tahun 2012, Indonesia belum memiliki ikon kuliner untuk mewakili masakan Indonesia di mata internasional. Kementerian Pariwisata menetapkan 30 ikon kuliner pada akhir tahun 2012, yang di nilai paling layak untuk mewakili masakan nasional di kancan internasional [1]. Dengan terjadinya beberapa perubahan terhadap program 30 ikon kuliner dalam 5 tahun terakhir, maka pada tahun 2018 Tim Percepatan Wisata Kuliner Belanja, memfokuskan kuliner Indonesia menjadi 5 masakan nasional yang terpilih dengan syarat, makanan nasional tersebut dapat ditemui di restoran Indonesia yang berada di luar negeri. Ke 5 makanan tersebut adalah sate, nasi goreng, rendang, soto, rendang, dan gado gado. Makanan berikut juga terpilih karena terdaftar dalam nominasi 50 makanan terenak dunia versi CNN.

Dari sisi perkembangan *mobile game*, mengangkat tema masakan nasional untuk dijadikan konten dalam *mobile game* termasuk dalam upaya memperkenalkan masakan nasional secara luas. Karena *mobile game* dengan tema makanan atau



Gambar 1. Elemental Tetrad.

memasak memiliki pasar yang stabil selama bertahun-tahun, Hal tersebut dapat di lihat dari hasil analisis melalui *google play store* mengenai *cooking game* yang membawa kuliner khas negara mereka dan berhasil mencapai kategori *top trending*. Sehingga hal berikut menjadi landasan mengenai potensi *cooking game* di pasar *mobile game* untuk berhasil.

## II. KAJIAN PUSTAKA

### A. Studi Media

Media Mobile Game memiliki berbagai jenis genre yang menyasar beragam pasar, salah satunya adalah *cooking mobile game* dengan genre *simulation*. Pada buku “The Art of Game Design” yang ditulis oleh Jess Schell, terdapat 12 tipe umum dari *Game Balance*, yang mendukung keseimbangan permainan dari segi gameplay, *item* dalam game, serta kondisi menang dan kalah dalam game [2]. Selain *Game Balance*, ada 4 komponen dalam game yang menunjang dalam pembentukan *mobile game* yang baik, menurut Jess Schell, ada 4 komponen utama dalam membentuk sebuah game. Yaitu: Mekanik, Penceritaan, Estetika dan Teknologi (Gambar 1).

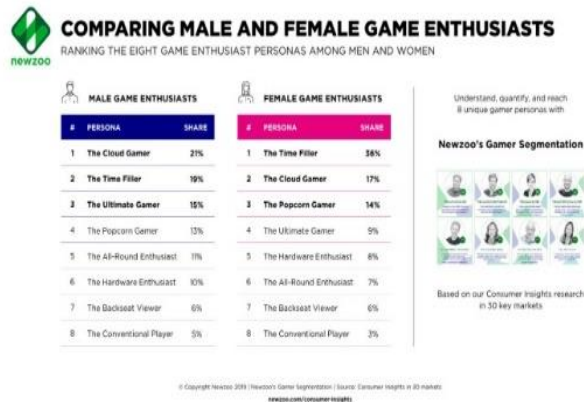
### B. Segmentasi Pasar

Perkembangan dalam dunia video game telah mengalami perubahan yang signifikan dalam 10 tahun terakhir. Segmentasi gamer yang awalnya hanya memiliki 2 kategori seperti Hardcore dan Casual, kini dapat di bagi menjadi 8 segmentasi. Newzoo telah melakukan riset *Gamer Segmentation* untuk



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
)(\*&~%\$#@!'::;"<>?

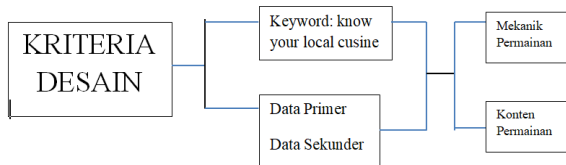
Gambar 5. Font AR CENA.



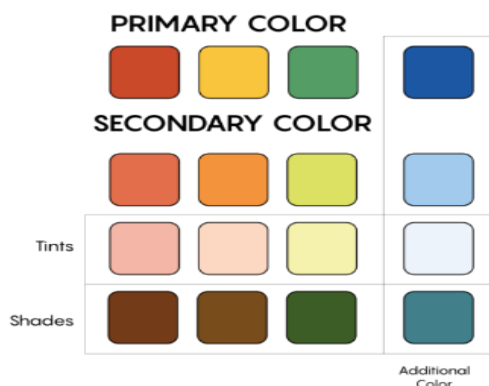
Nusantara  
kitchen

Gambar 6. Logo Game.

Gambar 2. Newzoo Game Segmentation.



Gambar 3. Diagram Kriteria Desain.



Gambar 4. Color Palette.

mencari tahu seperti apa karakteristik gamer pada era sekarang. Hasil data yang ditemukan menunjukkan bahwa penggemar game (*game enthusiast*) dapat dibagi menjadi 8 persona yang berbeda (Gambar 2).

Berdasarkan data perbandingan antara game enthusiast antara laki laki dan perempuan, diketahui bahwa ke dua kategori tersebut memiliki pemain "*The Time Filler*" dalam kedua golongan, sehingga membuat genre game yang ditujukan untuk pemain "*The Time Filler*" lebih laku di pasaran. *Game* tersebut meliputi *game casual*, *Game* bertipe *casual* merupakan

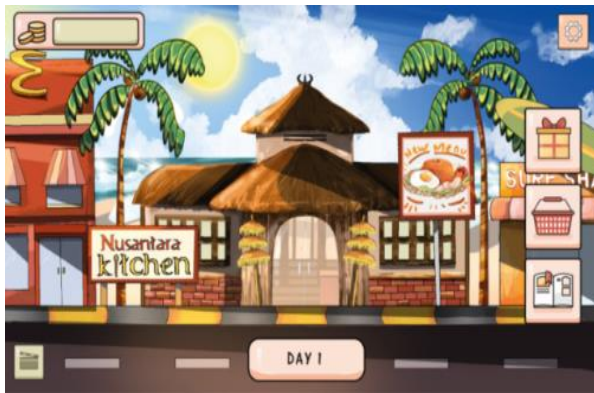


Gambar 7. Logo Branding Kementerian Pariwisata.

sebuah game yang biasanya memiliki penyajian simpel dan terkesan santai serta memiliki grafis yang berwarna. *Game* casual tepat di mainkan saat santai dan untuk mengisi waktu luang, serta dapat dimainkan di android maupun Apple secara *offline*.

### C. Makanan Nasional

Menteri Pariwisata Arief Yahya menjelaskan bahwa industry kuliner memberikan sumbangan cukup besar dalam ekonomi kreatif. Sebesar 30-40% pengeluaran rata rata- wisatawan di alokasikan untuk wisata kuliner [. Kuliner menjadi motivasi orang untuk berpergian ke wilayah di Indonesia di karenakan keberagaman kuliner pada tiap wilayah, sehingga orang seringkali mengeluarkan biaya sebesar 40% untuk mencoba kuliner tersebut. Setelah mencanangkan 30 ikon kuliner, Kementerian Pariwisata merasa perlu mengkerucutkan kuliner hingga menjadi 5 jenis agar dapat lebih mudah di kenalkan di mancanegara. Penetapan masakan nasional di lakukan selain untuk mempromosikan makanan nasional di luar negeri, juga untuk membendung sekaligus memperkenalkan makanan nasional khususnya pada milenial. Kini Indonesia sudah memiliki 5 national food yang bisa diperkenalkan, penentuan ke 5 makanan ini berdasarkan *Forum Group Discussion (FGD)* komunitas kuliner. Ke 5 makanan berikut berupa: Soto, nasi goreng, gado gado, rendang, dan sate.



Gambar 8. Desain Home yang telah diperbarui.



Gambar 9. Desain Halaman Settings.



Gambar 10. Desain Background Halaman Kasir dengan konsep open restaurant dengan nuansa Bali.

#### D. Studi Eksisting

Studi eksisting mengenai komparator dengan mengambil contoh mobile game dari luar negeri seperti Cooking Mama dan Cooking Madness. Kedua mobile games memiliki komponen yang dapat di adaptasi, dari segi mekanik, gameplay serta UI dalam game. Kedua game berikut memiliki kombinasi genre antara simulasi dan time management, sehingga komponen tersebut mendukung tujuan perancangan yaitu untuk menyediakan game yang informative dan challenging.

#### E. Gaya Visual

Gaya gambar yang sesuai dengan visual makanan yang diangkat dapat diambil dari gaya studio ghibli. Studio ghibli memiliki gaya visual anime Jepang pada umumnya, namun



Gambar 11. Desain Halaman Kasir setelah di revisi.



Gambar 12. Desain Dapur setelah Riset.



Gambar 13. Desain Dapur Revisi.



Gambar 14. Karakter Pelanggan beserta Ekspresinya.

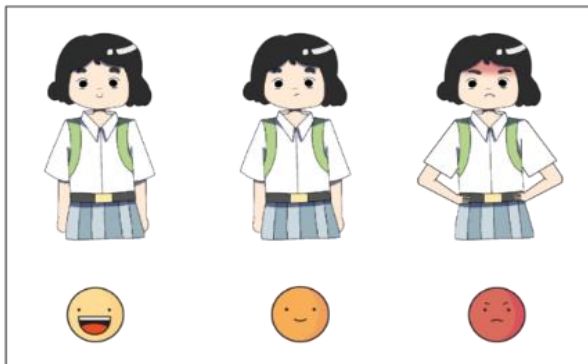
untuk penggambaran karakter, studio ghibli lebih mengangkat simplisitas pada fitur wajah, dan juga warna warna hangat yang vibran untuk makanan yang di gambarkan. Ilustrasi makanan dan minuman dengan gaya studio Ghibli sudah terkenal sebagai ilustrasi yang menggugah selera makan. Gaya berikut juga dipilih berdasarkan hasil pilihan dari audien yang menggugulkan gaya Ghibli untuk di aplikasikan pada game yang akan di rancang.

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Pengumpulan Data

Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dan





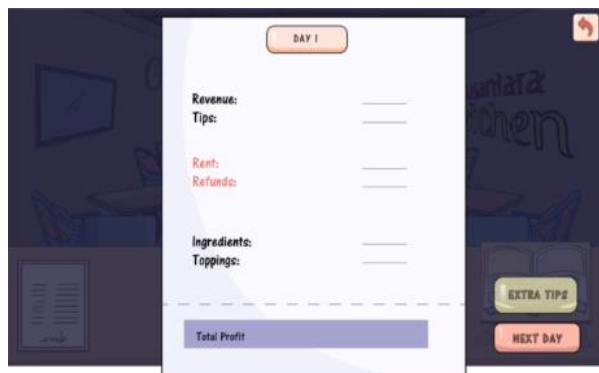
Gambar 15. Pelanggan yang berubah sesuai dengan mood meter.



Gambar 16. Desain Buku Resep (Tertutup).

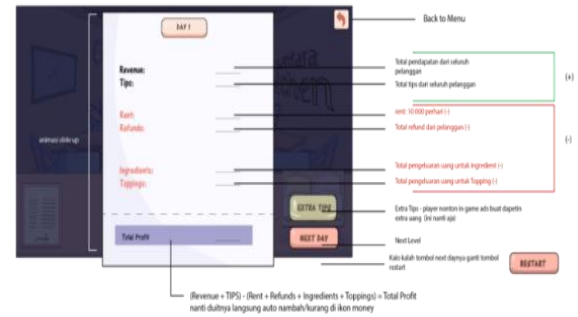


Gambar 17. Desain Buku Resep Terbuka.



Gambar 18. Desain Halaman Receipt.

kuantitatif. Metode kualitatif berupa studi ;iterator mengenai kuliner Indonesia dan mobile game, wawancara kepada ahli kuliner serta pemegang –program 5 masakan Nasional untuk mengetahui tren kuliner di Indonesia . Metode kuantitatif berupa kuesioner mengenai pemahaman makanan Indonesia terhadap target audien yang berasal dari luar negeri, dari hasil kuesioner tersebut ditentukan makanan apa yang akan di jadikan sebagai level pertama dari game yang di rancang, berdas arkan dari pemahaman audien terhadap makanan



Gambar 19. Grand Design Document untuk Halaman Receipt.



Gambar 20. Desain Halaman "Shop".



Gambar 21. Ilustrasi Nasi Goreng sebagai salah satu dari 5 Makanan Nasional.

Indonesia. Selain untuk menilai pengetahuan audien, kuesioner berikut juga digunakan untuk menentukan gaya visual apa yang akan digunakan dalam game.

### B. Test Play

Test play berguna untuk menguji playability prototype yang dibuat dengan melihat respon pemain terhadap permainan. Test Play di lakukan via online, dan respon dari pemain di submit melalui kuesioner dengan pertanyaan-pertanyaan standard untuk post test play pada mobile game.

### C. Konsep Desain

Kriteria desain ditentukan berdasarkan dari analisis data dan konten kuliner nasional yang diperoleh penulis. Sehingga



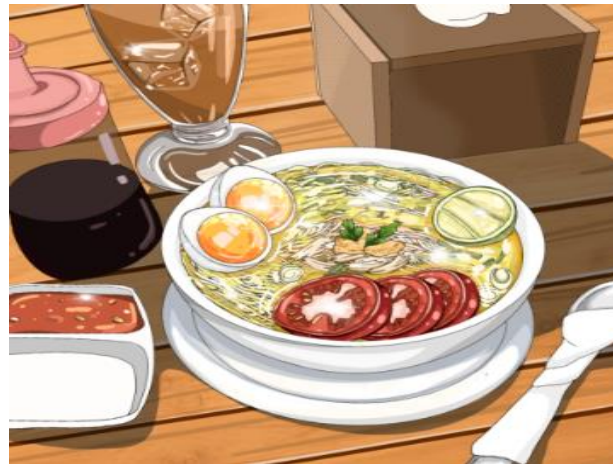
Gambar 22. Ilustrasi Rendang sebagai salah satu dari 5 Makanan Nasional.



Gambar 23. Ilustrasi Sate Ayam sebagai salah satu dari 5 Makanan Nasional.



Gambar 24. Ilustrasi Gado gado sebagai salah satu dari 5 Makanan Nasional.



Gambar 25. Ilustrasi Soto Ayam sebagai salah satu dari 5 Makanan Nasional.

dalam merancang mekanik dan konten permainan harus berdasar pada kriteria yang telah ditentukan (Gambar 3).

#### 1) WHAT TO SAY

Mengenal bahan dan cara memasak 5 makanan nasional dengan tahapan yang terstandarisasi,

#### 2) HOW TO SAY

“Cook”, yaitu dengan memasak masakan dengan bahan yang tersedia untuk di sajikan kepada pembeli. “Serve”, yaitu dengan berinteraksi dengan pelanggan yang berasal dari beragam etnis, dan mengenal karakteristik kuliner yang mereka sukai

#### D. Post-Test Play

Hasil post-test yang di ajukan kepada 3 pemain dari luar negeri, kuesioner berikut di ajukan melalui google form dengan pertanyaan yang menggunakan metode “ffwdd” dari Schell Games sebagai pertanyaan umum yang umumnya ditanyakan dalam testplay permainan mobile. Hasil dari *post test* berikut akan membentuk kesimpulan pada perancangan ini.

### IV. IMPLEMENTASI DESAIN

Desain untuk game Nusantara Kitchen dirancang dengan gaya desain yang simple dan menarik. Desain berikut menggunakan warna warna solid serta outline untuk mempertegas karakter dan asset asset lainnya.

#### A. Warna

Warna warna yang di gunakan dalam desain game “Nusantara Kitchen” dapat dilihat pada Gambar 4. Warna berikut dipilih karena memiliki nuansa yang hangat, dan merepresentasikan warna warna dari rempah rempah, bahan dan warna makanan yang ada di Indonesia. Warna warna berikut memiliki tone yang vibran agar dapat bersaing dengan visual pada cooking game lainnya.

#### B. Font

Font yang di gunakan untuk UI game serta dialog pelanggan adalah font AR Cena (Gambar 5). Font sans serif memberikan kesan casual dan fun untuk di jadikan sebagai font utama dalam game.

#### C. Logo Game

Judul serta logo dari game “Nusantara Kitchen” dapat dilihat pada Gambar 6. Nama Nusantara Kitchen terinspirasi dari beberapa nama cooking game yang sudah ada, serta terinspirasi dari konten gameplay yang sangat mengutamakan bagian dapur. Huruf “I” pada tulisan “kitchen” di rubah menjadi sendok kayu yang biasa di gnakan untuk mengaduk bahan bahan.

Font yang di gunakan untuk logo dari game berikut terinspirasi dari logo Pesona Indonesia (yang digunakan dalam

Tabel 1.  
Variabel Mood

Condition	Mood (%)
Pemain membuat kesalahan major	-30%
Pemain membuat kesalahan minor	-10%
Pemain meminta pelanggan untuk memperjelas menu	-5%
Pemain berhasil mendeliver menu sesuai dengan pesanan	+20%

Tabel 2.  
Variabel Mood dan Tips

Mood	Expression	Tips
61% >	Happy	20%
61-60%	Happy	10%
41-50%	Normal	5%
31-40%	Angry	0%
0-30%	Angry	Refund

administrasi Kementerian Pariwisata) dapat dilihat pada Gambar 7. Font berikut merupakan font serif. Warna yang digunakan adalah warna merah dan kuning sesuai dengan warna yang ada pada palet warna.

#### D. Desain

##### 1) Desain Home

Desain Home terbaru terinspirasi dari restoran Jimbaran, atau restoran dengan nuansa khas Bali, dengan atap ilalang yang bertingkat serta latar belakang pantai (Gambar 8). Kesan berikut diciptakan untuk membangkitkan citra Indonesia dalam game. Bali dipilih menjadi salah satu tempat untuk latar game karena Bali termasuk dalam 5 destinasi kuliner yang dicetuskan oleh UNWTO.

##### 2) Desain Settings

Desain untuk laman settings dapat dilihat pada Gambar 9. Pemain dapat mengatur bahasa yang ingin digunakan. Game berikut di buat memiliki 2 opsi bahasa, sehingga dapat di mainkan oleh pemain dari luar Indonesia.

##### 3) Desain Front Desk

Konsep desain Halaman Kasir dapat dilihat pada Gambar 11, dimana terdapat meja kasir yang berfungsi untuk penempatan makanan pesanan yang telah di masak di dapur. Desain background dari halaman menunjukkan interior restoran. Dari hasil asistensi dan revisi, desain Interior background diubah menjadi konsep open restaurant seperti restoran restoran yang berada di Bali (Gambar 10).

Desain Halaman Kasir yang telah diperbarui (Gambar 11) memiliki nuansa Indonesia yang ditekankan dalam grafis. Seperti ilustrasi kain batik pada meja makan, patung dekorasi hindu-buddha yang menggambarkan budaya Bali, topeng barong sebagai ornamen pajangan, serta payung payung Bali yang menjadi payung pantai.

##### 4) Desain Dapur

Hasil Desain dapur setelah melakukan riset ke dapur hotel All Sedayu. Desain dapur dari hotel tersebut di jadikan sebagai referensi desain (Gambar 12).

Setelah melalui user testing pada laman "Kitchen", asset

pada laman "kitchen" diperbesar untuk mempermudah user dalam menekan dan melakukan proses drag pada asset. Layout dapur juga di ubah menjadi lebih panjang dan dibagi menjadi 4 bagian seperti pada gambar 13.

##### 5) Desain Karakter Pelanggan

Karakter pelanggan di gambarkan dengan variasi pakaian dan karakteristik lainnya. Karakter pelanggan di desain dengan gaya yang berbeda beda untuk menunjukkan diversitas masyarakat Indonesia. Desain karakter pelanggan untuk game "Nusantara Kitchen" berserta ekspresinya dapat dilihat pada gambar 14.

##### a. Variabel Mood

Variabel Yang Membuat Mood Berubah dapat dilihat pada Tabel 1. Gambaran pelanggan yang berubah sesuai dengan mood meter dapat dilihat pada Gambar 15.

##### b. Variabel Mood Percentage Pelanggan

Mood percentage pelanggan dapat dilihat pada Tabel 2.

##### 6) Desain Cooking Book

Desain halaman buku resep dapat dilihat pada Gambar 16. Pada halaman buku resep terdapat background kayu serta buku resep berwarna merah berjudul "Taste of Indonesia" dengan dekorasi gambar cobek dan ulekan yang terkenal ikonik di Indonesia.

Untuk membuka Buku Resep, pemain cukup menekan cover buku, maka akan ada animasi buku terbuka ke halaman (Gambar 17).

##### 7) Desain Receipt

Halaman Receipt akan muncul ketika pemain telah menyelesaikan level. Desain halaman *receipt* dapat dilihat pada Gambar 18.

Desain receipt (bon) di gambarkan seperti struk belanja (Gambar 19). Background untuk desain berikut merupakan restoran dalam keadaan malam atau ketika lampu sudah di matikan. Laman ini menunjukkan kondisi menang atau kalah ketika pemain telah menyelesaikan level.

##### 8) Desain Shop

Tampilan halaman shop dapat dilihat pada Gambar 20.

##### 9) Desain Makanan Indonesia dalam Menu Book

Sesuai dengan hasil kuesioner, responden lebih berminat kepada style Ghibli untuk di aplikasikan pada ilustrasi makanan, sehingga ilustrasi makanan untuk bagian buku resep akan menggunakan pengggayaan berikut:

##### a. Desain Visual Makanan Nasi Goreng

Ilustrasi mengenai nasi goreng dapat dilihat pada Gambar 21.

##### b. Desain Visual Makanan Rendang

Ilustrasi makanan rendang dapat dilihat pada Gambar 22.

##### c. Desain Visual Makanan Nasional: Sate Ayam

Desain makanan sate ayam dapat dilihat pada Gambar 23.

##### d. Desain Visual Makanan Nasional: Gado Gado

Ilustrasi mengenai makanan gado gado (Gambar 24).

##### e. Desain Visual Makanan Nasional: Soto Ayam

Ilustrasi soto ayam dapat dilihat pada Gambar 25.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan proses penelitian yang dilakukan, dimulai dari studi literature, wawancara, observasi hingga prototyping, konsep “know your local cuisine” yang berarti memperkenalkan masakan Indonesia dari beragam aspek, diangkat sebagai konsep utama dalam permainan, sehingga membentuk game dengan genre simulation, digabungkan dengan time management sebagai unsur tantangan dalam game.

Dari hasil post-testplay, dapat disimpulkan bahwa game “Nusantara Kitchen” merupakan game yang informatif dengan adanya fitur-fitur seperti cooking book, serta tutorial yang mendetail, mudah dipahami, dan di aplikasikan oleh pemain.

Game juga memiliki nilai interaksi dalam bermain, dimana ketika pelanggan memesan makanan, deskripsi pesanan diwujudkan dalam bentuk teks atau percakapan yang membuat pemain terbawa dalam suasana game. Berbeda dengan cooking game lain yang umumnya menggunakan gambar makanan lengkap dengan detail topping sebagai visual pesanan pelanggan, dimana hal ini hanya memberikan ingatan visual saja namun tidak menekankan unsur interaksi dan pengenalan.

Dalam level tutorial, instruksi yang di berikan membangun nilai interaksi antara game dengan pemain, dimana pemain secara tidak langsung dipaksa untuk memahami tahapan memasak dengan membaca bubble teks pada tiap tahapan, dengan hal ini pemain dapat mengenal dan memahami alat dan bahan-bahan memasak makanan Indonesia.

Keberhasilan pemain dalam menyelesaikan suatu pesanan dengan benar diapresiasi dengan komplimen dari pelanggan

yang dapat dilihat dalam bubble teks ketika makanan telah disajikan, sehingga pemain mendapatkan rasa accomplishment serta apresiasi ketika bermain.

Gaya visual dalam game menggunakan style Ghibli sebagai gaya yang paling digemari oleh target audien berdasarkan dari hasil polling pada kuesioner. Gaya ini digunakan pada penggambaran latar, serta makanan Indonesia yang terdapat dalam menu book. Asset visual dalam game juga mendukung dalam meningkatkan nilai budaya Indonesia dengan adanya objek-objek seperti batik Bali, topeng barong, dekorasi patung Hindu Buddha yang mendukung latar tempat dalam game. Dari hasil post-test, pemain dapat mengenali beberapa asset visual yang menggambarkan budaya Indonesia.

Mobile game ini, secara langsung dapat menjadi media pengenalan kuliner Indonesia dengan cara yang menyenangkan. Pemain mengenali masakan Indonesia sekaligus cara memasak makanan tersebut, hal ini mendukung poin-poin yang ada dalam konsep “know your local cuisine”.

Dengan berbagai pembahasan pada laporan ini, dapat disimpulkan bahwa game “Nusantara Kitchen” dapat menjadi media pengenalan akan kuliner Indonesia yang informative, menyenangkan untuk di mainkan, dan berpotensi untuk dipasarkan secara universal.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Lazuardi and M. S. Triady, *Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*. Jakarta: PT. Republik Solusi, 2015.
- [2] J. Schell, *The Art of Game Design: a Book of Lenses*, 1st ed. Massachusetts: Morgan Kaufman Publishers, 2008.